

Saimaan ammattikorkeakoulu
Matkailu ja ravitsemispalvelut, Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Tiina Pulkkinen

HÄÄTUOTTEEN HINNOITTELU- JA TUOTEKEHITYSPROSESSI

TIIVISTELMÄ

Tiina Pulkkinen

Häätuotteen hinnoittelu- ja tuotekehitysprosessi, 23 sivua, 6 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Imatra

Matkailu ja ravitsemispalvelut, Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2010

Ohjaajat: lehtori Jukka Moilanen, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön tavoitteena oli Kartanon morsian -menun hinnoittelu- ja tuotekehitysprosessin kuvaaminen. Kartanon morsian -menu kehitettiin ja hinnoiteltiin Kartanohotelli Radansuulle, joka sijaitsee Iitissä. Hinnoittelussa huomioitiin tuote, asiakkaat, kilpailutilanne, hinnoitteluprosessin kulku sekä hinnoittelumenetelmät. Tuotekehityksessä käsiteltiin asiakaskeskeisyyttä, tuotekehityksen vaiheita, tuotekehitysstrategiaa ja organisaation toimintaa.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Lähdeaineistona käytettiin kirjallisia ja internetistä löytyviä lähteitä sekä keskustelua.

Kartanon morsian -menu suunniteltiin, valmistettiin ja hinnoiteltiin Lahdesta kotoisin olevalle hääparille heidän hääjuhlaansa varten. Prosessiin sisältyi suunnittelun, valmistuksen ja hinnoittelun lisäksi hääpalaveriin osallistuminen, raaka-ainetilauksen, annoskorttien ja muuntotaulukon tekeminen. Kartanon morsian -menu toteutettiin yhdessä ravintolapäällikön kanssa.

Opinnäytetyön tuloksena ovat annoskortit Kartanon morsian -menulle ja muuntotaulukko. Annoskorttien avulla työskentely helpottuu raaka-ainemäärien laskemisessa sekä ruoan tasalaatuisuuden varmistamisessa. Muuntotaulukko helpottaa tarvittavien mittojen muuntamisessa grammoiksi.

Opinnäytetyötä voidaan jatkossa hyödyntää yrityksen sisällä kannattavassa hinnoittelussa ja tuotekehityksessä.

Asiasanat: hinnoittelu, tuotekehitys, annoskortit

ABSTRACT

Tiina Pulkkinen

Pricing and Product Development Process of Wedding Product, 23 pages, 6 appendixes

Saimaa University of Applied Sciences, Imatra

Unit of Tourism and Hospitality

Degree programme in Hotel and Restaurant business

Bachelor's Thesis 2010

Instructor: Jukka Moilanen, Lecturer

The objective of this thesis is to describe pricing and product development process of Kartanon morsian menu. The Menu was developed and priced to Kartanohotelli Radansuu which is located in Iitti. In product pricing a product, customers, a situation of competition, pricing process and methods of pricing are considered. In product development customer oriented approach, periods of product development, product development strategy and action of organization are considered.

The research method of the thesis was qualitative research. Source materials consist of books, Internet sources and conversation.

Kartanon morsian wedding menu was planned, made and priced for a couple who come from Lahti. The process includes planning, preparation, pricing, a wedding meeting, doing raw material order and making conversion chart. Kartanon morsian was carried out with the restaurant manager.

The results of this thesis are portion cards of Kartanon morsian and conversion chart. Using portion cards makes it easier to measure raw material numbers and also ensure homogenous food. Using conversion chart facilitates transition to grams.

In future the company can benefit the thesis for profitable pricing and product development.

Keywords: pricing, product development, portion cards

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	5
2 KOHDEYRITYS.....	6
3 PROSESSI.....	7
3.1 Hääpalaveri ja raaka-ainetilaus.....	7
3.2 Valmistus ja tuotokset	8
3.3 Hinnoittelu.....	9
3.4 Tuotekehitys.....	10
4 KARTANON MORSIAMEN HINNOITTELU.....	10
4.1 Häätuote.....	11
4.2 Hääpari.....	12
4.3 Kilpailu	13
4.4 Hinnoitteluprosessi.....	14
4.5 Hinnoittelumenetelmät.....	14
5 KARTANON MORSIAMEN TUOTEKEHITYS	15
5.1 Strategiat.....	17
5.2 Organisaatio.....	18
5.3 Tuotekehityksen vaiheet.....	18
6 KARTANON MORSIAMEN ANNOSKORTTI.....	20
7 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	21
LÄHTEET.....	23

LIITTEET

Liite 1 Kartanon morsian

Liite 2 Sienisalaatin annoskortti

Liite 3 Kylmäsavuporohyytelön annoskortti

Liite 4 Muuntotaulukko

Liite 5 Hinnoittelukertoimen avulla uusi hinta Kartanon morsiamelle

Liite 6 Kartanon morsiamen uudelleen hinnoittelu katetuottohinnoittelulla

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena on Kartanon morsian -menun hinnoittelu ja tuotekehitysprosessin kuvaaminen. Lähtökohtana opinnäytetyölleni on toimeksianto Kartanohotelli Radansuulta valmistaa häätuote. Kartanon morsian -menun avulla yritys pyrkii saamaan lisää asiakkaita, uudistamaan tuotevalikoimaansa sekä vastaamaan kilpailuun markkinoilla. Valitsin aiheen, koska pidän ruoanlaitosta sekä kiinnostuin Kokous – ja juhlapalvelut kurssilla juhlien järjestämisestä, johon suurena osana ruoka sisältyy.

Opinnäytetyössäni keskityn Kartanon morsiamen hinnoitteluun ja sen tuotekehitysprosessiin. Hinnoittelussa otan huomioon keskeisimmät asiat: tuotteen, asiakkaat, kilpailutilanteen, hinnoitteluprosessin sekä hinnoittelumenetelmät. Tuotekehityksessä keskityn asiakaskeskeisyyteen, tuotekehityksen vaiheisiin, tuotekehitysstrategiaan ja organisaation toimintaan.

Opinnäytetyöstäni rajaan pois ruoan valmistusprosessin kuvaamisen, häätuotteen budjetoinnin ja omavalvonnan. Opinnäytetyöni ulkopuolelle jäävät myös á la carte -listan hinnoittelu ja tuotekehitys.

Opinnäytetyötäni varten valmistan Kartanon morsian -menun ja tarjoan sen hääparille heidän ikimuistoiseen juhlaansa. Valmistusprosessiin kuuluvat hääpalaveriin osallistuminen ja raaka-ainetilauksen tekeminen. Kartanohotelli Radansuu saa opinnäytetyöni tuloksena Kartanon morsian -menua varten tehdyt annoskortit sekä muuntotaulukko. Annoskortit ja muuntotaulukko tulevat helpottamaan tulevaisuudessa Kartanon morsian -menua valmistettaessa sekä ruoan tasalaatuisuuden varmistamisessa. Opinnäytetyötäni voidaan tulevaisuudessa hyödyntää yrityksessä tuotteiden hinnoittelussa sekä uusien tuotteiden kehityksessä.

Opinnäytetyöni on kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa korostetaan muun muassa kohteen taustaa, esiintymisympäristöä, tarkoitusta ja merkitystä. (Jyväskylän yliopisto, a) Käytän opinnäytetyössäni menetelmänä

tapaustutkimusta, jossa pyritään saamaa valitusta tapauksesta intensiivistä ja yksityiskohtaista tietoa. (Jyväskylän yliopisto, b) Tutkimuskohteenani opinnäytetyössäni on Kartanon morsian -menu ja sen tuotekehitys ja hinnoittelu.

2 KOHDEYRITYS

Opinnäytetyötäni varten tein yhteistyötä Kartanohotelli Radansuun kanssa. Kartanohotelli Radansuu sijaitsee Iitissä. Iitti kuuluu Kymenlaaksoon, ja etäisyyttä Kouvolaan on n. 25 km ja Lahteen 40 km. Kartanohotelli Radansuun läheisyydessä sijaitsee Urajärvenranta ja Iitti Golf. Kiinteistö Oy Radansuu on vuokrannut 1.5.2010 alkaen hotelli- ja ravintolatoiminnan O. Pallaskallio Ky:lle. Pallaskallio Ky on perheyhtiö, jonka toiminta perustuu suuresti omien perheenjäsenien työskentelyyn yhtiössä. (Kartanohotelli Radansuu, 2010.)

Kartanohotelli Radansuu tarjoaa ravintola-, hotelli-, kokous- ja juhlapalveluita. Kartanorakennuksen ravintolasalissa on asiakaspaikkoja 120. Molemmissa sekä alakerran pienessä pubissa että yläkerran aulassa, ruokailu on mahdollista 20 hengelle. Kongressirakennuksen juhla-ruokailusalissa asiakaspaikkoja on 120. Kesällä keittiö on auki joka päivä klo 11.00 – 22.00, jolloin saa tilattua á la carte -annoksia. Lauantaisin ravintolassa on yleensä yksityistilaisuuksia, esimerkiksi häitä, jolloin vain hotellin asukkaiden on mahdollista ruokailla heille varatussa tilassa, esimerkiksi pubissa tai kongressirakennuksessa. Sunnuntaisin tarjoillaan lounas seisovasta pöydästä. (Kartanohotelli Radansuu; Vanhanen 2010.)

Juhlien järjestämiseen Kartanohotelli Radansuu on oiva paikka muun muassa sijainnin kannalta. Kesällä järjestetään esimerkiksi häitä ja syntymäpäiväjuhlia. Kokouksia ja kongresseja varten on kongressisali ja kokoustiloja 20 - 100 hengelle ja kartanorakennuksessa kabinetteja 5 - 20 hengelle. Kartanohotelli Radansuussa on kaksi hotellirakennusta: Hotelli Radansuu ja Jukola ja niiden lisäksi Kartanorakennuksen yläkerrassa on kaksi sviittiä. Hotelli Radansuussa on 26 kahden hengen huonetta ja yksi huoneisto, jossa on kaksi huonetta ja

keittiö. Hotelli Jukolassa on 12 kahden hengen huonetta. (Kartanohotelli Radansuu.)

3 PROSESSI

Opinnäytetyöni oli toiminnallinen, joten siihen kuuluu tärkeänä osana myös prosessin kuvaaminen. Kartanohotelli Radansuulta saamaani toimeksiantoon kuului häätuotteen valmistaminen. Häätuotteen nimeksi tuli Kartanon morsian. Valmistamiseen sisällytin hinnoittelun ja tuotekehityksen kuvaamisen. Häiden hääpari oli kotoisin Lahdesta ja iältään he olivat kahden- ja kolmenkymmenen välissä. Häiden juhlavieraita oli 60, joista aikuisia 53, kuudesta kahteentoista vuotta vanhoja lapsia kaksi ja alle kuusi vuotta vanhoja lapsia viisi.

Kartanon morsiameen kuului yhdentoista ruokalajin alkuruokapöytä, seitsemän ruokalajin lämminruokapöytä sekä jälkiruokaksi täytekakku sekä kahvi ja tee (Liite1). Tutustuin aluksi aiheesta kertovaan kirjallisuuteen, joista sain hyviä vinkkejä toteutusta varten, esimerkiksi hinnoitteluun. Kirjallisuutta keräsin koulumme kirjaston lisäksi Kouvolan ja Kuusankosken kirjastoista.

3.1 Hääpalaveri ja raaka-ainetilaus

Kirjallisuuteen tutustumisen jälkeen oli vuorossa hääpalaveriin osallistuminen sekä raaka-ainetilauksen tekeminen. Hääpalaveri pidettiin noin viikkoa ennen häitä 27.6.2009. Siihen osallistui hääparin ja minun lisäksi Kartanohotellin ravintolapäällikkönä toiminut Kati Vanhanen. Hääpalaverissa käytiin läpi Kartanon morsiamen lisäksi myös esimerkiksi istumajärjestys, tarjoilun ja ruokailun ajankohta ja kulku sekä soitettava musiikki. Jotta menu onnistuu täydellisesti, on sen suunnittelussa keskeinen osa myös hääparilla. Heidän toiveidensa ja odotustensa pohjalta tuote muodostetaan. Hääpari valitsi ruokalajit jo olemassa olevista häämenuista. Eräitä ruokalajeja paranneltiin hääparin toiveesta. Häävieraat eivät ilmoittaneet ruoka-aineallergioistaan, joten sitä asiaa ei tarvinnut ottaa huomioon. Ruokalajien valmistamisessa käytetään joka tapauksessa vähälaktoosisia tuotteita. Kartanon morsiamen lisäksi morsian

valmisti itse kolme kuivakakkua. Kuivakakkujen lisäksi hääpari toi pipareita ja vaahtokarkkeja kahvipöytään.

Valmistusta varten on tehtävä raaka-ainetilaus tiistaina, jotta ne saapuvat torstaina perille. Kartanon morsian -menua varten Kartanohotelli Radansuu tilasi kuorittuja kokoperunoita lukuun ottamatta kaikki raaka-aineet Lahdessa toimivalta yritykseltä. Perunat on hyvä tilata myös alkuvuodesta. Päädyin tilaamaan raaka-aineet Lahdessa toimivalta yritykseltä, koska Kartanohotelli Radansuu on tilannut aiemminkin tarvittavat raaka-aineensa sieltä. Siitä syystä en voinut vertailla raaka-aineiden kustannuksia toisten yritysten vastaaviin raaka-aineisiin. Tein raaka-ainetilauksen ensimmäistä kertaa elämässäni häätuotetta varten. Tekemäni tilauksen tarkisti ja tarvittavat lisäykset teki Kati Vanhanen. Tilauksen tekeminen tuntui vaikealta, koska raaka-aineiden tarpeen arvioiminen on haastavaa, esimerkiksi se, paljonko tarvitaan tilata kurkkua, jota käytetään salaatteihin. Raaka-ainetilauksen tekeminen helpottuu jatkossa tekemieni annoskorttien ansiosta, koska niistä voi suoraan ihmismäärän mukaan laskea tarvittavien raaka-aineiden määrän.

3.2 Valmistus ja tuotokset

Valmistin ruokalajit perjantain sekä lauantain aikana. Ruoanvalmistuksessa on hyvä suunnitella etukäteen järjestys, jonka mukaan ruokalajit valmistaa. Perjantaina esivalmistelin ruokia, esimerkiksi tein sienisalaatin pohjan, täytekakkupohjat, suolasin siian sekä valmistin kylmäsavuporohyytelön kylmiöön tekeytymään. Lauantaina viimeistelin kaikki ruokalajit sekä tein hääpäivänä tehtävät ruoka-lajit, esimerkiksi vihreä- ja feta-salaatin. Hääpari saapui paikalle tuntia sovittua aiemmin, ja he halusivat aloittaa ruokailunkin tuntia aiemmin. Minulle tuli tietysti kiire, mutta onneksi sain apua ruokien koristelussa ja niiden esillepanossa sekä parin salaatin raaka-aineiden pilkkomisessa.

Opinnäytetyöni tuotoksena syntyi häätuotteelle annoskortit ja muuntotaulukko (Liite 2, liite 3 ja liite 4.). Annan tekemäni annoskortit sekä muuntotaulukon Kartanohotelli Radansuun käyttöön. Annoskorttien avulla yritys pystyy

laskemaan tarvittavan raaka-ainemäärän halutulle henkilömäärälle. Hävikin, raaka-ainekustannusten, sekä palkkakustannusten pieneneminen voi olla mahdollista annoskorttien avulla. Annoskorteista selviää myös myyntikate, jota yritys voi halutessaan nostaa. Muuntotaulukko helpottaa työntekijöiden työskentelyä. Muuntotaulukko valmistui annoskortteja tehdessäni. Annoskorteissa kaikkien raaka-aineiden painot tulee ilmoittaa grammoissa, joten punnitsin vaa'alla esimerkiksi erilaisia nesteitä, kuten maitoa sekä kuiva-aineita, joiden painoa ei tuoteluettelossa ollut, kuten maustepurkin. Muuntotaulukon avulla yritys voi helposti alkaa tehdä muille ruokalajeille annoskortteja.

3.3 Hinnoittelu

Kartanon morsiamelle asetettiin alkuperäinen hinta yrityksen toimesta. Hinnoittelu perustui yrityksessä totuttuun hinnoitteluun. Hinnoitteluprosessi käynnistyi aloittaessani annoskorttien tekemisen. Annoskorteista saa selville yhtä annosta vastaavan raaka-ainekustannusten määrän, joka Kartanon morsiamella oli noin yhdeksän euroa. Kiinteille kustannuksille, joihin sisältyy esimerkiksi vesi ja sähkö asetin arvioiduksi summaksi 150 euroa. Palkkakustannuksiksi asetin sivukuluineen 22 euroa tunnilta.

Hinnoittelussa kilpailun osuus on tärkeä ottaa huomioon, koska litissä on häitä järjestävä yritys sekä useita pitopalveluyrityksiä. Sen vuoksi tein pienehkön analyysin kilpailijoista sekä selvitin kilpailijoiden hinnat niiden yritysten osalta, joista hinnat sain selville. Saatujen hintojen perusteella arvioisin alkuperäisen hinnan olevan kilpailukykyinen. Hinnoittelussa täytyy kiinnittää huomiota myös asiakkaisiin eli valita asiakassegmentti oikein. Kartanon morsiamen asiakassegmentti on tietysti hääparit. Heidän tarpeidensa ja odotustensa pohjalta on asetettava myös hinta sopivaksi.

Hinnoittelin Kartanon morsiamen uudelleen annoskorttien teon jälkeen. Käytin hinnoittelussa hinnoittelumenetelmistä hinnoittelukerrointa sekä katetuottohinnoittelua. Näiden hinnoittelumenetelmien avulla sain uudeksi hinnaksi asetettua 35 euroa tunnilta.

3.4 Tuotekehitys

Tuotekehitysprosessi alkoi hääparin tarpeiden ja odotusten pohjalta. Tuotekehityksessä uudeksi innovaatioksi tuli Kartanon morsian. Jo olemassa olevista häämenuista hääpari valitsi mieluisat ruokalajit sekä joitain ruokalajeja paranneltiin hääparille mieleisiksi. Tuotekehitysprosessin aikana otin huomioon myös kustannukset. Raaka-ainevalintaa tehdessäni huomioin erilaiset vaihtoehdot tarkkaan. Huomioin myös sen, että yrityksen jo asettaman hinnan tulee kattaa kaikki kustannukset.

Tuotekehitysprosessissa käytin differointia eli erilaistin häämenua, joten tällä hetkellä en usko kilpailevilla yrityksillä olevan täysin samanlaista häämenua. Käytin tuotekehitysvaiheessa myös kohdistamista eli kohdistin työskentelyni ja toimintani hääparille ja heidän häämenulleen. Tuotekehitysprosessin seurauksena Kartanohotelli Radansuu häämenyiden valikoima laajeni.

4 KARTANON MORSIAMEN HINNOITTELU

Hinnoittelu on yksi vaikeimmista ja tärkeimmistä päätöksistä, joita yritysjohto tekee. Useat eivät kiinnitä tarpeeksi huomiota hinnoitteluun, ja tekevät päätöksensä vaiston varassa tyytyen tyydyttävään tulokseen. (Laitinen 1990, 9.) Kartanon morsiamen hinnoitteli yrityksessä ensin hääparille ravintolapääällikkö, jonka hinnoittelu perustui vaiston varassa kulkemiseen ja totuttuun hintatasoon turvautumiseen. Jälkikäteen hinnoittellessa tuotteen uudelleen perehdyin ensin huolellisesti hinnoittelun teoriaan.

Hinnoittelussa täytyy keskittää huomio kustannuksiin, kuluttajien käyttäytymiseen ja kilpailijoiden toimenpiteisiin (Laitinen 1990, 9, 11). Menua hinnoitellessa keskityttiin erilaisten kustannusten selvittämiseen, esimerkiksi raaka-ainekustannukset, hääparien käyttäytymiseen siinä, valitsevatko he meidän tuotteemme hinnan perusteella, ja huomioitiin myös kilpailijat ja heidän hintansa, vaikkakin suurin osa niistä ei hintoja julkisesti kerrokaan.

Tuotteen hinta voidaan jakaa kahteen tekijään: yksikkökustannuksiin ja yksikkökatteeseen. Yksikkökustannukset ovat hinnan perustana, johon lisätään kate, jotta saataisiin voittoa. Tuotteen hinta ei saa laskea pitkällä tähtäimellä yksikkökustannuksia alemmaksi. Yksikkökate lisätään yksikkökustannuksiin. Koska tuotteen kate määrittelee hinnan, hinnoittelussa on siten kyse katteen suuruudesta päättämisestä kysynnän perusteella. Katteen korkeus pohjautuu kilpailutilanteeseen sekä tuotteen ominaisuuksiin. (Laitinen 1990, 12 – 13.) Kartanon morsiamen myyntikatteeksi tuli noin 63 % eli noin 16 euroa annokselta alkuperäisellä hinnalla.

4.1 Häätuote

Tuotteen on oltava hyvä, pelkkä erinomainen hinnoittelu ei riitä. Vääränlainen hinnoittelu voi tuhota yrityksen, vaikka tuotteet olisivatkin hyvät. Tällöin väärä hinta on joko liian korkea tai liian matala. Liian korkeasta hinnasta seuraa se, että yrityksen liikevaihto laskee alle kriittisen pisteen, eli yritys alkaa tehdä tappiota, sekä kasvu alkaa pysähtyä ja taistella liikevaihtoon nähden liian korkeiden kiinteiden kustannuksen kanssa. Tuotteen liian matalasta hinnasta seuraa lyhyellä aikavälillä vaikeuksia kannattavuudessa, koska yritys ei kykene kattamaan kustannuksia, ja pitkällä aikavälillä seuraus voi olla nopea ja kannattamaton kasvu ja rahavaikeudet. (Laitinen 1990, 11 - 12.) Kartanon morsiamesta tuli hääparin mieleinen, koska hääpari itse valitsi siinä olevat ruokalajit kokonaisuudeksi. Alkuperäinen hinta tuotteella oli 30 euroa aikuisilta, 6 – 12 vuotta vanhalta lapselta 15 euroa ja alle kuusi vuotta vanhat lapset saivat ruoan ilmaiseksi.

Tuotteen hinta ja laatu vaikuttavat suuresti kuluttajan tehdessä ostopäätöstä. Tuotteen laatu voidaan määritellä eri tavoin. Esimerkiksi tuote on laadukas, kun se täyttää kuluttajan odotukset. Yleisesti on totuttu ajattelemaan hintaa laadun takeena. Jos kuluttajalla ei ole muuta informaatiota tuotteesta, hän arvioi tuotteen laadun sen hinnan perusteella. Korkeaa hintaa on totuttu pitämään korkean laadun merkinä. Kuluttajan laatukäsityksellä tarkoitetaan kuluttajan käsitystä tuotteen kyvyistä tyydyttää tarpeet. (Laitinen 2007, 240.) Kartanon morsian täytti hääparin odotukset, ja he pitivät siten sitä laadukkaana. Hintaa

voidaan pitää korkeana jo siitäkin syystä, että hää-sana usein korottaa tuotteen hintoja. Häätuotteelta odotetaan laadukkuutta, koska kaikki odottavat saavansa häissä todella hyvää ruokaa, joten hääparit usein maksavat siten vähän enemmän.

Uuden tuotteen hinnoittelussa kannattaa muistaa se, että kuluttaja vertaa uuden tuotteen hintaa jo myynnissä oleviin samanlaisten tuotteiden hintoihin. Kilpailun kiristyessä yritykset saattavat joutuvat myös alentamaan hintoja, jotta saavat tuotteensa myytyä. (Laitinen 1990, 77.) Luultavimmin hääpari vertaili yrityksen kilpailijoiden hintoja ennen kuin päätyi Kartanon morsiameen, eikä yrityksen tarvinnut alentaa jo asetettua hintaa. Uuden tuotteen hinnoittelussa kolme keskeisintä asiaa ovat hinnan vaihteluvälin tunnistaminen, asemointistrategia, jossa kiinnitetään hintataso sekä hinnan muutosten suunnittelu pitkällä aikavälillä. (Laitinen 1990, 90.) Kartanon morsiamen hinta pysyi viime kesän samana, mutta ensi kesää 2010 varten saattaa hinta nousta, esimerkiksi mahdollisten raaka-ainekustannusten korotusten tai muiden kustannusten myötä.

4.2 Hääpari

Asiakkaan käyttäytyminen pohjautuu yleisesti hyötyteoriaan (utility theory). Hyötyteoriassa asiakas käyttää rahansa siten, että hän saa kulutuksestaan mahdollisimman suuren kokonaishyödyn. *Tuotteen hyöty (arvo) on se määrä, jonka asiakas kokee saavansa sen kuluttamisesta (perceived value).* Kun tuotteen arvoa määritellään, tulee ottaa huomioon, että asiakkaat arvostavat eri asioita tuotteessa. Tämän takia hinnoittelussa on tärkeää pyrkiä selvittämään asiakkaiden mieltymykset, vaatimukset ja tarpeet ja segmentoimaan asiakkaat niiden mukaan. (Laitinen 2007, 101 – 102.)

Hääpari häämenua valitessaan on perehtynyt siihen, mitä kaikkea kuuluu hintaan, jonka he siitä maksavat. Kartanon morsiamen hintaan kuuluu yhdentoista ruokalajin alkuruokapöytä, seitsemän ruokalajin lämminruokapöytä sekä jälkiruoksi täytekakku sekä kahvi ja tee. Hääparin halut ja tarpeet selvitettiin hääpalaverien sekä keskustelujen yhteydessä, jotta saatiin heidän

odotustensa mukainen menu valmistettua. Asiakassegmenttinä ovat ensisijaisesti hääparit, mutta asiakkaiden niin halutessaan Kartanon morsiamen saa myös muidenkin juhlien tai kokousten menuksi.

4.3 Kilpailu

Kilpailutilanteella on suuri vaikutus yrityksen mahdollisuuksiin ja joustavuuteen hinnoittelussa (Laitinen 2007, 121). Kartanohotelli Radansuun kilpailutilanne on häämenyiden osalta monopolistinen. Monopolistinen kilpailutilanne tarkoittaa sitä, että markkinoilla on useita yrityksiä ja asiakkaita. Uudet yritykset pääsevät vaivattomasti markkinoille, eikä mikään yritys voi hallita muita. Yrityksen tuotteet ovat differoituja eli hieman erilaisia toisiinsa nähden. (Laitinen 2007, 128.) Monopolistinen kilpailutilanne on yleinen ravintola-alalla (Laitinen 1990, 40). Kartanohotelli Radansuun kilpailijoita ovat litissä pitopalvelua tarjoavat yritykset sekä yritys, joka järjestää kesäisin myös häille pitopaikan ruokailuineen. Kilpailijoiksi lukisin myös useat muut pitopalvelua tarjoavat yritykset litin naapurikaupungeissa Kouvolassa ja Lahdessa.

McCarthy'n 4P – mallin avulla voidaan havainnollistaa yrityksen kilpailutekijät. 4P – mallissa on keskitytty ainoastaan neljään keskeisimpään kilpailutekijään, joita ovat tuote, saatavuus, hinta ja markkinointiviestintä. 4P – mallia on laajennettu ottamalla huomioon asiakkaat ja verkosto eli ihmiset, jotka ovat yhteydessä tuotteeseen sekä henkilökunta, ympäristö ja prosessit. (Laitinen 2007, 252 – 254.) Nämä kilpailukeinot yritys valitsee tarkasti, jotta markkinoinnin tavoitteet saavutetaan. Näistä kilpailukeinoista koostuu yhdessä markkinointimix. (Laitinen 1990, 81.) Kilpailutekijät voidaan avata yrityksen osalta siten, että tuotteena on häätuote. Saatavuus on ensisijaisesti ennakoon varatuille hääpäiville sekä asiakkaan halutessa myös ennakoon varatuille muille juhlille, esimerkiksi syntymäpäiville sekä kokouksille. Hinta on hinnoittelun kautta asetettu. Markkinointiviestintä voi tulevaisuudessa olla, että häätuote on esillä internetissä. Yritys ottaa huomioon myös asiakkaan eli hääparin, ympärillä olevan verkoston, johon kuuluvat esimerkiksi tavarantoimittajat, yrityksen henkilökunnan, prosessit ja ympäristön.

4.4 Hinnoitteluprosessi

Hinnoitteluprosessi käsittelee hinnan asettamista tavoitteiden, kustannusten ja kysynnän kautta. Hinnoittelun lähtökohtana ovat tavoitteet, jotka pyritään saavuttamaan hinnan asettamisella. (Laitinen 1990, 119.) Kartanon morsiamen hinta asetettiin sopivaksi sekä hääparille että markkinoille. Hinnan asettamisen tavoitteena on tuotteen menestyminen, kustannusten kattaminen sekä kysynnän kasvaminen. Hinnoitteluprosessissa huomioidaan hinnoitteluun sekä markkinointiin liittyvät kilpailutekijät. Hinnoittelun perusta on tuotteen yksikkökustannus eli minimihinta, joka on saatu tuotteen kustannusten ja kysynnän avulla. (Laitinen 2007, 252.)

Hinnoitteluprosessin ensimmäisessä vaiheessa (karkea suunnittelu) tuotteen hintataso määritellään kilpailun, kysynnän, kustannusten, muiden tuotteiden hintojen sekä muiden kilpailutekijöiden perusteella. Kartanon morsiamen hinnoittelu karkean suunnittelun vaiheessa määritellään useiden kilpailijoiden hintojen, sen kysynnän, siitä johtuvien kustannusten sekä muiden kilpailutekijöiden perusteella. Hinnoitteluprosessin toisessa vaiheessa (yksityiskohtainen suunnittelu) asiakkaiden mieltymyksien perusteella päätetään tuotteen psykologinen hinta ja hintarakenne. Psykologinen hinta helpottaa ja edistää asiakasta hänen ostopäätöksessään. (Laitinen 2007, 242, 252.) Hintarakenne näyttää lopullisessa hinnassa olevat alennukset sekä maksuehdot. (Laitinen 1990, 169.) Kartanon morsiamen psykologinen hinta on asetettu hääparin odotusten ja tarpeiden kautta. Hintarakenne kertoo lapsille annettavat alennukset sekä maksuehdot. Kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa (viimeistely) tavoitehinta asetetaan sekä päädytään lopulliseen myyntihintaan. (Laitinen 2007, 252.)

4.5 Hinnoittelumenetelmät

Hinnoittelumenetelmänä käytetään myös hinnoittelukertoimen käyttöä. Hinnoittelukertoimen avulla saadaan tuotteelle ensin alustava hinta, johon lisätään arvonlisävero ja lopuksi hinta asetetaan kohdalleen. Seuraavassa on kaavat tuotteen myyntihinnan laskemiseen käyttäen hinnoittelukerrointa:

$$\text{Hinnoittelukerroin} = 100 / (100 - \text{katetuottoprosentti})$$

$$\begin{aligned} &\text{Tuotteen arvonlisäveroton myyntihinta} = \\ &\text{Hinnoittelukerroin} * \text{tuotteen hankintameno} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Tuotteen arvonlisäverollinen myyntihinta} = \\ &1,22 * \text{tuotteen myyntihinta ilman arvonlisäveroa} \end{aligned}$$

Jälkimmäisessä kaavassa arvonlisäverona on käytetty 22 %:a. (Mäkinen, Stenbacka & Söderström 2004, 92, 94 – 95.) Hinnoittelukertoimen avulla laskettu uusi myyntihinta Kartanon morsiamelle esitetään liitteessä 5.

Katetuottohinnoittelussa hinnoittelu perustuu katetuottolaskentaan. Katetuottohinnoittelussa hinnan on katettava tuotteen muuttuvat kustannukset. Tuotteista saadulla katetuotolla on katettava tuotteen kiinteät kustannukset ja voitonjako. Katetuoton hinnoittelukaava on seuraavanlainen:

$$\begin{aligned} &\text{Tuotteen muuttuvat kustannukset} \\ &+ \text{Katetuottotavoite} \\ &= \text{Myyntihinta (veroton)} \\ &+ \text{Arvonlisävero (22 \%)} \\ &= \text{Verollinen myyntihinta} \end{aligned}$$

Kartanon morsiamen uuden hinnan laskeminen katetuottohinnoittelun avulla esitetään liitteessä 6 sekä hinnan voitto tai tappio esitetään katetuottolaskun avulla samaisessa liitteessä. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu.)

5 KARTANON MORSIAMEN TUOTEKEHITYS

Tuotekehityksen avulla yritys uudistaa tuotevalikoimaansa (Welin 1982, 13). Kartanon morsiamen avulla Kartanohotelli Radansuun tuotevalikoimaa laajenee häämenyiden osalta. Tämä on tärkeää, jotta yrityksellä olisi jatkuvasti

kilpailukykyisiä tuotteita. Yrityksen tuotteista tehtävät päätökset ovat strategisia, joiden täytyy pysyä samassa linjassa yrityksen liikeidean kanssa. (Agronet.) Kartanohotelli Radansuun liikeideaan yhtenä osana kuuluu juhlapalveluiden tarjoaminen, joten häätuotteen tuotekehitys sopii hyvin yrityksen liikeideaan. Yrityksen liikeidea selvittää, mitä tuotteita yritys pitkällä tähtäimellä tuottaa ja miten se tapahtuu. Liikeidea siten ohjaa suuresti tuotekehittelyä. (Welin 1982, 26.) Tuotekehittely ei ole pelkästään uusien tuotteiden kehittämistä vaan myös jo olemassa olevien tuotteiden kehittämistä (Agronet). Tuotekehitysvaihtoehto on myös uudet innovaatiot, jotka ovat täysin uusia tuotteita. (Komppula & Boxberg 2002, 93.) Kartanon morsian on uusi innovaatio, mutta siinä käytetään jo olemassa olevia ruokalajeja, joista muutamaa hieman paranneltiin. Kartanon morsiamen lisäksi tuotekehityksen tuloksena ovat annoskortit sekä muuntotaulukko.

Tuotekehitykseen kuuluvat luovuus ja innovaatiot, koska kyseessä on uuden keksiminen tai parantaminen. Luovuutta voidaan määritellä monin eri tavoin. Luovuus voi olla ongelmanratkaisua, itsensä toteuttamista, kykyä tehdä luovia tekoja, tavanomaista poikkeavaa ajattelua, kykyä tuottaa tarkoituksellisesti ainutlaatuista. Innovaatiot ovat uusia ideoita. Innovaatiotoimintaan kuuluvat kaikki sellaiset toiminnot, jotka tuottavat uusia tai parannettuja tuotteita, esimerkiksi uuden tuotteen tai tuotantomenetelmän esittely. (Raatikainen 2008, 47 – 49.)

Tuotekehityksen perustana voidaan pitää asiakaskeskeisyyttä. Asiakaskeskeisyys on ajattelutapa, joka ohjailee yrityksen toimintaa. Tämän ajattelutavan lähtökohtana ovat asiakkaan tarpeet. Asiakkaan tarpeet tulee ottaa huomioon jo yrityksen toiminta-ajatuksessa. Jotta asiakaskeskeisyys toteutuisi yrityksessä, yrityksen tulee tyydyttää asiakkaiden tarpeet kilpailukykyisellä tavalla, koko organisaatio on vastuussa asiakkaiden tarpeista sekä yrityksen on tiedettävä, mikä asema sillä on markkinoilla. (Komppula & Boxberg 2002, 66 – 67.) Kartanon morsian kehitettiin hääparin tarpeiden ja odotusten pohjalta hääpalaverissa sekä keskusteluissa. Kartanohotelli Radansuu on toinen hääpalveluita tarjoavista yrityksistä litissä, sekä yrityksen

kilpailijoina ovat myös useat pitopalveluyritykset Iitissä sekä Kouvolassa ja Lahdessa.

Tuotekehityksen taustalla voi olla monia syitä. Tavallisesti peruste tuotekehittelyyn on vanhan tuotteen parantaminen, koska kuluttajat toivovat ja tarvitsevat parannuksia ja uusia malleja. Tällöin tuotetta voidaan parantaa käyttämällä vanhoja tuotantomenetelmiä hieman muuttamalla tai soveltamalla, joka on myös edullista yritykselle. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 101.) Häämenua suunnitellessa hääpari valitsi ruokalajeja jo valmiista vaihtoehtoista sekä halusi joistain niistä hieman erilaisia, esimerkiksi porsaanulkofilee täytettiin luumuilla.

5.1 Strategiat

Tuotekehityksessä on erilaisia strategioita: tuotekehitysstrategia sekä kilpailustrategia. Tuotekehitysstrategian vaihtoehtoja ovat ensimmäisenä markkinoilla, seurailija, soveltaja ja erikoistarpeiden tyydyttävä sekä jäljittelijä. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 62.) Kartanon morsiamen tuotekehityksessä käytettiin soveltaja- ja erikoistarpeiden tyydyttävä -strategiaa. Soveltaja ja erikoistarpeiden tyydyttävä -strategia edellyttää pätevää tuotesuunnittelua ja markkinatuntemusta. Tässä strategiassa on useita vaihtoehtoja ja pieniä osamarkkinoita, ja siitä syystä on kiinnitettävä erityinen huomio valmistuskustannuksiin sekä tuotevalintaan. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 63.) Tuotekehityksessä tuli huomio kiinnittää erityisesti raaka-aineiden kustannuksiin, koska raaka-aineita on tilattava suuret määrät. Ruokalajien määrän ollessa myös laaja tulee tarkasti miettiä, miten kustannuksia voidaan pienentää, jos hääpari asettaa tietyn hinnan per henkilö häämenulle, jota ei saa ylittää.

Kilpailustrategiat ovat tärkeitä, jotta yritys menestyy. Markkinoilla on tavallisesti aina kilpailua. Yrityksen menestymisessä tällöin on kyse markkinoilla saavutetusta hyvästä kilpailuasemasta sekä sen pitämisestä kilpailun kovetessa. Kartanon morsiamen tuotekehityksessä kilpailustrategioina käytettiin tuotteiden differointia eli erilaistamista sekä kohdistamista. Tuotedifferoinnissa kilpaillaan tuotteen laadulla eikä sen hinnalla. Differoinnin tarkoituksena on

kehittää jotain hyvin ainutlaatuista ja asiakkaiden haluamaa, mitä kilpailevalla yrityksellä ei ole tarjota. Kartanon morsian on ainutlaatuinen, koska täysin samanlaista tuotetta kilpailevat yritykset eivät tarjoa. Differointia voidaan käyttää tuotteen tai yrityksen eri osa-alueilla esimerkiksi suunnittelussa tai asiakaspalvelussa. Tuotedifferointi-strategiassa korostetaan laatua. Riskejä ovat liian korkeat hinnat verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 68 – 70.)

Kohdistus – strategiassa kohdistetaan toiminnot tiettyyn markkinaosaan, tietyille asiakkaille tai tiettyyn tuotelinjan osaan. Tämän strategian tavoitteena on palvella valittua kohdetta todella hyvin. Kartanon morsianta kehitettäessä kohdistettiin toiminnot tietenkin hääpariin ja heidän tarpeisiinsa, haluihinsa ja odotuksiinsa. Teimme kaikkemme, jotta palvelimme hääparia hyvin, jotta heidän hääjuhlansa onnistui. Riskejä tässä strategiassa ovat korkea hinta sekä segmentointirajojen muuttuminen. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 70 – 71.)

5.2 Organisaatio

Tuotekehitysorganisaation valinta riippuu suuresti yrityksen edellytyksistä, esimerkiksi yrityksen koosta, toimivasta organisaatiosta, suunnittelusta, toiminnan teknologisesta tasosta sekä markkinointi- ja teknisen henkilökunnan lukumäärän suhteesta. Tuotekehityksen organisaation on hyvä sivuta jo olemassa olevaa organisaatiomuotoa. Pienessä yrityksessä, jossa on muutamia tai muutamia kymmeniä työntekijöitä, on omistajalla päätöksenteko-oikeus tuotekehityksen valinnoissa sekä vastuu tuotekehityksen toteutuksesta.

Kartanohotelli Radansuu on pieni yritys, joten päätökset tekevät omistajat. He ovat vastuussa koko liiketoiminnasta, joten tuotekehityksessäkin vastuu on omistajilla. Organisaatio-ongelmat on hyvä jakaa kahteen eri alueeseen: kuka tai ketkä tekevät kehitystoimintaa ohjaavia ratkaisuja ja kuka tai ketkä tekevät ja johtavat kehitystyötä yksittäisissä projekteissa. (Welin 1982, 34 - 35.)

5.3 Tuotekehityksen vaiheet

On yleistä, että tuotekehityksen taustalla ovat asiakkaan tarpeet sekä halut ja niiden tyydyttäminen. Tuotekehitystyö onnistuu tuotekehityksen, valmistuksen ja markkinoinnin hyvällä yhteistyöllä. Myös taloushallinto on otettava huomioon. Suuri merkitys tuotekehityksessä on kuitenkin kuluttajilla sekä työntekijöillä, koska heiltä tulevat ideat ja osaaminen. (Raatikainen 2008, 60.)

Tuotekehityksen vaiheet voidaan jakaa viiteen eri vaiheeseen: idea-, esitutkimus-, luonnostelu-, suunnittelu- ja viimeistelyvaiheeseen. Idea uuden tuotteen kehittämiseen voi muodostua monella eri tavalla: esimerkiksi asiakas esittää omat tarpeensa ja toiveensa yritykselle, joka toteutui Kartanon morsiamen tuotekehitysprosessissa. (Raatikainen 2008, 61.)

Yrityksen saatua idean uudesta tuotteesta sen sopivuus markkinoille tutkitaan. Esitutkimusvaiheessa määritellään ja luodaan tuotteelle ominaisuudet. On myös kehitettävä jokin tai joitain uusia ominaisuuksia tuotteeseen, jos markkinoilla on jo samanlaisia tuotteita. Tarve häätuotteen valmistamiseen tuli hääparilta, ja se toteutettiin heidän tarpeisiinsa, joten markkinoilta ei vastaavaa tuotetta ole tarjolla. Tuotantomahdollisuudet tuotteelle on selvitettävä, esimerkiksi kuinka nopeasti uusi tuote saadaan tuotantoon. Kartanon morsiamessa se merkitsi sitä, kuinka nopeasti saadaan menu valmiiksi, raaka-ainetilaus tehtyä ja toimitettua perille sekä työvoiman saaminen. Esitutkimusvaiheessa on myös erittäin tärkeää selvittää uuden tuotteen kannattavuus. (Raatikainen 2008, 62.) Kartanon morsiamen valmistamisesta tulevat kustannukset arvioitiin ja vertailtiin niitä asetettuun hintaan.

Luonnosteluvaiheessa valmistetaan tuotteen prototyyppi. Kartanon morsianta valmistaessani en kokeillut kaikkien ruokalajien valmistamista, koska olin valmistanut joitain jo ennestään. Suunnitteluvaiheessa asetetaan toimenpiteet toimivaan järjestykseen, esimerkiksi menun raaka-ainetilauksen tekeminen on hyvä tehdä ajoissa sekä on hyvä suunnitella etukäteen, missä järjestyksessä ruokalajit valmistaa. Suunnitteluvaiheessa on myös laadittava markkinointi- ja tuotantosuunnitelma ja arvioitava liiketaloudellinen kannattavuus. On hyvä tehdä kaikki edellä mainitut kirjallisesti, jotta niiden toteutumista voidaan seurata. (Raatikainen 2008, 61 – 62.)

Tuotekehityksen viimeisessä eli viimeistelyvaiheessa tuote on valmistettava markkinoille tuotavaksi. Viimeistelyvaiheessa laaditaan tuoteseloste, valmistusohjeet. Kartanon morsiamen ruokalajien valmistusohjeet löytyvät annoskorteista, jotka tein ruokalajien pohjalta. Tuotannon puolella on saatava välineet ja laitteet valmiiksi tuotantoa varten. Keittiön välineiden ja laitteiden kunto on hyvä tarkistaa ennen työn aloittamista. Viimeistelyvaiheessa on myös hyvä aika käynnistää myynti- ja markkinointityö. Kartanon morsiamen kohdalla myyntiä ei tarvinnut tehdä muille kuin itse hääparille, joka tuotteen tilasi. Markkinoinnin osalta häätuotteelle oli keksittävä myyvä nimi, jotta tuotetta voitaisiin jatkossa myydä menestyksekkäästi muille hääpareille tulevaisuudessa. Häätuotteen nimessä Kartanon morsian yhdistyy hääpaikka sekä häiden sydän: morsian. Tuotekehittelyn tulokset on kirjattava, jotta jatkokehitys sekä seuraavan uuden tuotteen valmistamisessa ei tehtäisi samoja virheitä. (Raatikainen 2008, 61, 63.)

6 KARTANON MORSIAMEN ANNOSKORTTI

Annoskortti on kokonaisuus, joka koostuu raaka-aineista, ruoka-annosohjeista ja hinnoittelusta. Annoskorttia käyttämällä edistetään ruuan tasalaatuisuutta joka kerta, kun ruoka-annos valmistetaan. Annoskoot pysyvät samana annoskortin avulla, koska työntekijä voi annoskortista katsoa, mitä raaka-aineita ja kuinka paljon niitä annokseen tulee. Annoskokojen pysyessä samana vähennetään hävikkiä ja pyritään saavuttamaan haluttu myyntikate. (Vuorenmaa & Peltola 2006, 143.) Kartanon morsiamelle valmistin annoskortit, jotka jäivät yrityksen käyttöön. Kartanon morsian sisältää useita annoksia, joita käytetään monien juhlien menuissa, niitä tulee siten myös useasti käytettyä. Näiden annoskorttien käyttö helpottaa tietysti myös uusien työntekijöiden työskentelyä, koska he saavat tietoonsa niistä tarkat valmistusohjeet, raaka-aineet ja niiden määrät. Tämä helpottaa myös esimiesten työskentelyä uusien työntekijöiden kanssa, koska kaikkea ei siten tarvitse opettaa ja käydä läpi.

Annoskorttien avulla saadaan laskettua helposti esimerkiksi se, kuinka paljon raaka-aineita tarvitsee tilata 60 hengen tilaisuutta varten.

Annoskortti muodostuu ala- ja yläkortista. Annoskorttien laadinta tulee aloittaa aina alakorteista. Jokaisesta annokseen kuuluvasta komponentista eli osasta laaditaan alakortti. Kartanon morsiameen kuuluu esimerkiksi lohta metsäsienikastikkeessa, joten komponentit tässä ovat paistettu lohi ja metsäsienikastike. Alakortissa on annoksen valmistusohje. Alakortti usein laaditaan tietylle asiakasmäärälle, joka Kartanon morsiamessa oli 60. Yläkortti koostuu kaikista komponenteista eli alakortissa olevat tiedot komponenteista siirretään yläkorttiin. Yläkortin annos on aina laadittu yhdelle hengelle, siten sitä voi myös käyttää annoksen hinnoitteluun. (Vuorenmaa & Peltola 2006, 143.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kartanohotelli Radansuulla oli tarvetta uudelle häätuotteelle, koska hääpari halusi itse koota mieleisensä häämenun hääjuhlaansa varten. Vaikka Kartanon morsian koottiin suurelta osin jo olemassa olevista ruokalajeista, oli erilaiselle häämenulle tarvetta ja on tulevaisuudessakin. Jos olisin saanut toimeksiannon hieman aikaisemmin, olisin voinut kehittää täysin hääparin näköisen häämenun eikä siten olisi varmaankaan otettu näin monia ruokalajeja jo olemassa olevista häämenuista.

Kartanon morsiamen hinnoittelu oli jo alkuperäiselläkin hinnalla kannattavaa, mutta uudella viidellä eurolla nostetulla hinnalla tuotto paranee entisestään. Täysin realistinen saatu tuotto ei ole, koska Kartanohotelli Radansuussa tavallisesti tehdään häämenu kolmella kokilla ja tämän kyseisen menun valmistin itse, joten palkkakustannukset ovat huomattavasti suuremmat todellisuudessa. Kiinteät kustannukset olivat arvio, mutta saatu tuotto antaa viitettä kuitenkin kannattavasta tuotteesta.

Uusia häätuotteita kehitettäessä tulisi jatkossa miettiä tarvetta kehittää erilaisia häämenyitä teemoittain, esimerkiksi eri maiden hääruokia sekä koota häämenu

eri lääneittäin. Kartanohotelli Radansuu on kartano, joten ruokalajien tulisi kuitenkin olla sopivia vanhan ajan kartanon tyyliin, vaikka hieman erilaisuutta lisättäisiin menyisiin. Suunnitteluun jatkossa on käytettävä enemmän aikaa ja saatava häämenu liitettyä laajemmin koko hääjuhlaan eikä vain olla yksi erillinen osa sitä.

Hintojen asettamisessa tulisi tulevaisuudessa miettiä, onko kannattavaa käyttää hinnoissa aina joko nollaan tai viitoseen loppuvia hintoja, esimerkiksi 30 euroa tai 35 euroa. Psykologisen hinnoittelun kannalta olisi parempi käyttää joko hieman alle tasakymmeniä hinnoissa tai jopa ottaa sentit mukaan hintaan.

Tulevaisuudessa kehottaisin yritystä tekemään myös muille häämenuille annoskortit, koska ne helpottavat suuresti työskentelyä ja vähentävät uusien työntekijöiden ohjaamista. Luultavasti hävikkien määrä vähenisi sekä ruoka olisi vieläkin tasalaatuisempaa.

Jatkotutkimuksen aiheet

Kartanon morsian -menun kehitettyäni jatkotutkimus aiheena voisi olla asiakastytyväisyystutkimuksen tekeminen. Tutkimus voisi perustua Kartanon morsian -menun lisäksi myös muihin Kartanohotelli Radansuun olemassa oleviin häämenyisiin. Tutkimuksen pohjalta voitaisiin kehittää häämenyitä entisestään ja parantaa asemaa kilpailussa markkinoilla.

Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla tutkimus eri raaka-aine-tukkuyrityksistä. Tutkimus voisi perustua heidän raaka-aine valikoimaansa ja tuotteidensa hintoihin. Tutkimuksen pohjalta Kartanohotelli Radansuulle voitaisiin saada kannattava tavarantoimittaja, jolloin raaka-ainekustannuksetkin voisivat pienentyä.

LÄHTEET

Agronet. Tuotekehitys.

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/agronet/Yritys/Tuotekehitys>
(Luettu 9.4.2010)

Jaakkola, J. & Tunkelo, E. 1987. Tuotekehitys ideoista markkinoille. Espoo: Weilin+Göös.

Jyväskylän yliopisto. a Koppa: Laadullinen tutkimus.

<https://webapps.jyu.fi/koppa/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus> (Luettu 18.5.2010)

Jyväskylän yliopisto. b Koppa: Tapaustutkimus.

<https://webapps.jyu.fi/koppa/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/tapaustutkimus> (Luettu 18.5.2010)

Kartanohotelli Radansuu Oy. 2010. Henkilöstötiedote.

Kartanohotelli Radansuu. Perustiedot.

www.kartanohotelliradansuu.fi (Luettu 7.5.2010)

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Laitinen, E. 1990. T

Tehokkuutta hinnoitteluun. Jyväskylä: Weilin+Göös.

Laitinen, E. 2007. Kilpailukykyä hinnoittelulla. Helsinki: Talentum Media Oy.

Mäkinen, I., Stenbacka, J. & Söderström, T. 2004. Katteella tulosta. 4. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Laskentatoimi.

[http://www.oamk.fi/~raijaw/yrjat/laskentatoimi/laskenta.htm#Hinnan asettaminen](http://www.oamk.fi/~raijaw/yrjat/laskentatoimi/laskenta.htm#Hinnan_asettaminen)
(Luettu 19.5.2010)

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sandquist - Bolin. 1995. Kodin keittokirja. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Tuoteluettelo. 2009.

Vanhanen, Kati. Kartanohotelli Radansuu. 8.5.2010. Henkilökohtainen tiedonanto.

Vuorenmaa, S. & Peltola, M. 2006. Annos & asiakas. 1. – 2. painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Welin, V. 1982. Tuotekehityksen käsikirja. Helsinki: Oy Rastor Ab.

KARTANON MORSIAN

Keitetyt perunat
Venäläinen silli
Graavisiika
Lämminsavulohi
Sienisalaatti
Waldorfinsalaatti
Kylmäsavuporohyytelö
Kanasalaatti
Fetasalaatti
Vihreäsalaatti
Marinoidut sipulit

Lohta metsäsienikastikkeessa
Luumulla täytettyä porsaanulkofilettä Madeirakastikkeella
Makaronilaatikko
Lihapullat
Grillitomaatit
Aurajuustoperunat
Tilliperunat

Mansikka-valkosuklaa täytekakku ja kahvi/tee

ANNOSKORTTI

Laatija	Päiväys	Komponentin nimi
Tiina Pulkkinen	28.8.2009	Sienisalaatti

ostopaino	ph%	käyttöpaino	Raaka-aineet	ostohinta	käyttöhinta	määrän hinta
1,600 kg	0	1,600 kg	sienikuutio	3,79 €	3,79 €	6,06 €
0,778 kg	10	0,700 kg	sipuli	0,66 €	0,73 €	0,51 €
0,700 kg	0	0,700 kg	vispikerma	3,93 €	3,93 €	2,75 €
0,006 kg	10	0,006 kg	jääsalaatti	8,38 €	9,31 €	0,05 €
0,020 kg	0	0,020 kg	suola	0,39 €	0,39 €	0,01 €
0,020 kg	0	0,020 kg	mustapippuri, jauhettu	10,34 €	10,34 €	0,21 €
0,005 kg	0	0,005 kg	mustapippuri, rouhittu	10,51 €	10,51 €	0,05 €

Raaka-aineita		3,050 kg	100 %	Raaka-ainehinta yhteensä	9,64 €
Kypsennyshävikki		0 kg	0 %	Valmiin tuotteen kilohinta	3,16 €
Valmista		3,050 kg	100 %	Yhden annoksen hinta	0,16 €
Annoskoko		0,051 kg			
Annoksia		60 kpl			

Valmistusohje:
Valuta sienikuutio. Pilko sipuli pieneksi kuutioksi. Vatkaa kerma vaahdoksi. Sekoita vatkatun kerman joukkoon suola ja jauhettu mustapippuri. Laita tarjoiluastiaan ja koristele jääsalaatin lehdellä ja rouhitulla mustapippurilla.

ANNOSKORTTI

Laatija	Päiväys	Komponentin nimi
Tiina Pulkkinen	28.8.2009	Kylmäsavuporohyytelö

ostopaino	ph%	käyttöpaino	Raaka-aineet	ostohinta	käyttöhinta	määrän hinta
1,200 kg	0	1,200 kg	kylmäsavuporo,siivu	25,14 €	25,14 €	30,16 €
0,600 kg	20	0,480 kg	keltainen paprika	2,77 €	3,46 €	1,66 €
0,120 kg	0	0,120 kg	ruohosipuli	20,77 €	20,77 €	2,49 €
1,500 kg	0	1,500 kg	vispikerma	3,93 €	3,93 €	5,90 €
0,060 kg	0	0,060 kg	liivatelehti	17,52 €	17,52 €	1,05 €
0,030 kg	0	0,030 kg	mustapippuri,jauhettu	10,34 €	10,34 €	0,31 €
0,050 kg	0	0,050 kg	suola	0,39 €	0,39 €	0,02 €
0,286 kg	30	0,200 kg	appelsiini	1,48 €	2,110	0,42 €
0,006 kg	10	0,005 kg	persilja	8,08 €	8,08 €	0,05 €
0,003 kg	0	0,003 kg	herneenverso	5,60 €	5,60 €	0,02 €
0,005 kg	0	0,005 kg	karanbola	7,34 €	7,34 €	0,04 €

Raaka-aineita		3,653 kg	100 %	Raaka-ainehinta yhteensä	42,12 €
Kypsennyshävikki		0 kg	0 %	Valmiin tuotteen kilohinta	11,53 €
Valmista		3,653 kg	100 %	Yhden annoksen hinta	0,70 €
Annoskoko		0,061 kg			
Annoksia		60 kpl			

Valmistusohje:

Pilko kylmäsavuporo, paprika ja ruohosipuli pieneksi. Vatkaa kerma vaahdoksi, ei liian kovaksi. Laita liivatelehdet veteen. Laita pieni määrä vettä kattilaan kiehumään ja sekoita liivatelehdet siihen. Sekoita vaahdotetun kerman joukkoon kylmäsavuporo, paprika, ruohosipuli ja mausteet. Vatkaa joukkoon liivatelehdet. Laita seos esim. suorakaiteen muotoisiin vuokiin ja anna hyytyä kylmiössä seuraavaan päivään. Laita kylmäsavuporohyytelö tarjoiluastiaan. Koristele persiljalla, appelsiiniviuhkoilla, karanbola-viipaleella, kylmäsavuporo siivuilla ja herneenversoilla.

MUUNTOTAULUKKO

Mausterasia	86 g
Sitruunanmehu (0,5l)	512 g
Oliiviöljy (1l)	939 g
Maito (1l)	1074 g
Ruokakerma (1l)	1067 g
Vispikerma (1l)	1044 g
Jääsalaatti (pussi)	147 g
Ruohosipuli (puntti)	91 g
Tilli (puntti)	170 g

1 dl painaa noin

Maizena	55 g
Majoneesi	95 g
Perunajauhot	70 g
Sokeri	85 g
Suola	125 g
Vehnäjauho	60 g
Öljy	90 g

HINNOITTELUKERTOIMEN AVULLA UUSI HINTA KARTANON MORSIAMELLE

Hinnoittelukerroin = $100/(100 - 68) = 3,125$

Tuotteen arvonlisäveroton myyntihinta = $3,125 \cdot 9,08 = 28,375 \text{ €}$

Tuotteen arvolisäverollinen myyntihinta = $1,22 \cdot 28,375 = 34,615 \text{ €}$

Kartanon morsiamen uusi myyntihinta on 36 €.

KARTANON MORSIAMEN UUDELLEEN HINNOITTELU KATETUOTTOHINNOITTELULLA

Tuotteen muuttuvat kustannukset	9,08 €
+ Katetuottotavoite	20,00 €
= Myyntihinta (veroton)	29,08 €
+ Arvonlisävero (22%)	6,40 €
= Verollinen myyntihinta	35,48 €

Kartanon morsiamen uusi myyntihinta on 36 €.

Uudella hinnalla tuleva tuotto lasketaan seuraavalla kaavalla 60 hengelle:

Verollinen myyntihinta	2100,00 €
- Alv 22 %	462,00 €
= Veroton myyntihinta	1638,00 €
- Muuttuvat kustannukset	544,80 €
= Katetuotto	1093,20 €
- Kiinteät kustannukset	590,00 €
= Voitto	503,20 €